

786252

На правах рукописи



Маршалова Ирина Николаевна

**СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЁРСТВО КАК СРЕДСТВО
ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ
БУДУЩИХ ИНЖЕНЕРОВ**

13.00.08 – теория и методика профессионального образования

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание учёной степени
кандидата педагогических наук**

Казань – 2010

Работа выполнена в ГОУ ВПО «Казанский государственный технологический университет» и Зеленодольском институте машиностроения и информационных технологий (филиале) ГОУ ВПО «Казанский государственный технический университет им.А.Н. Туполева»

Научный руководитель: доктор педагогических наук, профессор
Осипов Петр Николаевич
ГОУ ВПО «Казанский государственный технологический университет» (г. Казань)

Официальные оппоненты: доктор педагогических наук, профессор
Корчагин Евгений Александрович
(УРАО «Институт педагогики и психологии профессионального образования», г. Казань)
доктор педагогических наук, профессор
Фукин Анатолий Иванович
(ЧОУ «Институт экономики, управления и права», г. Казань)

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Марийский государственный университет» (г. Йошкар-Ола)

Защита состоится «2» февраля 2011 г. в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.080.04 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Казанском государственном технологическом университете по адресу: 420015, РТ, г. Казань, ул. К.Маркса, 68.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГОУ ВПО «Казанский государственный технологический университет».

Электронная версия автореферата размещена на официальном сайте Казанского государственного технологического университета 24 декабря 2010 г.

Режим доступа: <http://www.kstu.ru>

Автореферат разослан «25» декабря 2010 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат педагогических наук, доцент

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000582379

Т.А. Старшинова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Актуальность исследования. Современная экономика, характеризующаяся подъемом производства, происходящим на фоне переоснащения предприятий техническими устройствами и технологиями нового поколения, а также развитием новых корпоративных форм организации труда и системой корпоративного управления предприятиями требует подготовки инженеров, конкурентоспособных на рынке труда. В настоящее время востребованными становятся те выпускники инженерных вузов, которые способны не только эффективно решать всё более сложные профессиональные задачи, но и владеют основами корпоративной культуры, что позволяет молодым инженерам быстро адаптироваться к меняющимся условиям современного производства.

Закончив высшее учебное заведение, выпускник успешно готов осуществлять свою деятельность в новом для него производственном пространстве лишь в том случае, если в процессе его обучения в вузе были сформированы ценности, идеалы, профессионально-этические нормы поведения, правила взаимоотношений, стандарты деятельности той профессиональной сферы, в которой ему предстоит работать в будущем. Наличие у студентов инженерного вуза такой профессиональной составляющей, как корпоративная культура обеспечивает будущему инженеру безболезненное вхождение в коллектив предприятия, готовность к принятию совместных решений и действий в производственных ситуациях, своевременное освоение требований, норм, ценностных ориентаций, доминирующих в профессиональной среде. Появляется определённый творческий успех в работе, способствующий дальнейшему профессиональному продвижению молодого специалиста.

Корпоративная культура способствует формированию у будущих инженеров таких качеств, как: солидарность, проявляющаяся при разработке и внедрении инженерного продукта; ответственность за результаты совместной деятельности коллектива и своего труда; преданность своему делу, профессионализм, компетентность, способность идти на риск, работать в команде, инициативность, коммуникабельность. Эти качества могут быть сформированы в вузе лишь при создании условий, обеспечивающих максимальное приближение обучения к реальной профессиональной среде.

Практика показывает, что подготовка таких специалистов наиболее эффективна в условиях социального партнёрства учреждений высшего профессионального образования с различными социальными институтами. Это даёт возможность студенту на этапе обучения в инженерном вузе освоить основные элементы корпоративной культуры, что облегчает процесс адаптации к новой профессиональной сфере, в которой он будет работать по окончании вуза.

Анализ литературы показал, что корпоративной культуре, анализу её природы, структуре, построению моделей функционирования уделено определённое внимание зарубежных и отечественных исследователей (А.Н.Асаул, Т.Ю.Базаров, О.С.Виханский, В.Р.Веснин, Т.Дил, К.Камерон, А.И.Наумов,

Т.Н.Персикова, Т.О.Соломанидина, В.В.Томилов, Э.А.Капитонов, Э.Шейн и др.).

В педагогических трудах М.А.Ахмедовой, О.Б.Бетинной, О.И.Габдулхаковой, А.И.Максимова, О.Г.Малой, Г.В.Сохадзе, Ж.Б.Суртаевой, И.С.Халитовой, Л.Р.Фатхуллиной, Е.С.Чижиковой, Н.С.Швайкиной рассматриваются организационные, аксиологические, управленческие и другие аспекты корпоративной культуры. Однако социальное партнёрство как средство формирования корпоративной культуры будущих инженеров не получило должного внимания в педагогической теории и практике, несмотря на имеющиеся для этого предпосылки, содержащиеся в трудах А.В.Борилова, Р.В.Голованова, Е.А.Корчагина, Г.В.Мухаметзяновой, О.Н.Олейниковой, И.П.Смирнова, Е.В.Ткаченко и др.

Таким образом, имеет место ряд противоречий между:

- потребностью общества, производства и работодателей в конкурентоспособных специалистах, умеющих действовать в условиях рыночной экономики, и недостаточной готовностью вузов обеспечить её совместными усилиями;
- требованиями работодателей к сформированности у будущих инженеров корпоративной культуры для их успешной профессиональной адаптации и отсутствием системы, механизмов социального партнёрства в вузе, способствующих формированию корпоративной культуры студентов;
- современными профессиональными требованиями к выпускникам технического вуза и их неготовностью к постоянному совершенствованию и саморазвитию в условиях современного производства.

Названные противоречия обусловили **проблему исследования**: каковы организационно-педагогические условия формирования корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства.

Объект исследования: процесс формирования корпоративной культуры будущих инженеров.

Предмет исследования: организационно-педагогические условия формирования корпоративной культуры будущих инженеров средствами социального партнёрства.

Цель исследования: выявить, обосновать и экспериментально проверить организационно-педагогические условия формирования корпоративной культуры будущих инженеров средствами социального партнёрства.

Гипотеза исследования. Социальное партнёрство является эффективным средством формирования корпоративной культуры будущих инженеров при реализации комплекса следующих организационно-педагогических условий:

- создание в вузе корпоративной среды и построение образовательного процесса на основе учёта требований работодателей к уровню сформированности корпоративной культуры;
- разработка локальной нормативной базы социального партнёрства, согласованных проектов, программ, комплексных планов совместной дея-

тельности вуза, предприятий и других субъектов социального партнёрства;

- стимулирование мотивации формирования корпоративной культуры будущих инженеров как одного из основополагающих профессионально-личностных качеств;

- систематический мониторинг сформированности корпоративной культуры будущих инженеров и учёт его результатов в учебно-воспитательном процессе.

Задачи исследования:

1. Изучить состояние проблемы формирования корпоративной культуры будущих инженеров в педагогической теории и практике, на этой основе раскрыть содержание и структуру корпоративной культуры будущего инженера и роль социального партнёрства в формировании данной культуры у студентов технического вуза.

2. Разработать модель социального партнёрства инженерного вуза на муниципальном уровне.

3. Спроектировать модель формирования корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства на муниципальном уровне.

4. Определить критерии, показатели и динамику уровня сформированности корпоративной культуры будущих инженеров средствами социального партнёрства.

Методологической основой исследования являются следующие подходы: системный (В.Г.Афанасьев, П.К.Анохин, В.П.Беспалько, Ю.А.Конаржевский); средово-пространственный (В.Г.Бочарова, Ю.С.Бродский, В.Г.Воронцова, И.Д.Демакова, Л.И.Маленкова, Л.И.Новикова, М.А.Мануйлов, В.А.Ясвин и др.); аксиологический (А.А.Деркач, И.Ф.Исаев, А.В.Кирыкова, В.А.Сластенин, Г.И.Чижикова и др.); компетентностный (В.А.Болотов, Ю.В.Варданян, Э.Ф.Зеер, И.А.Зимняя, В.А.Козырев, А.К.Маркова, Ю.Г.Татур, Н.И.Самойлова, А.В.Хуторской); личностно-деятельностный (Е.В.Бондаревская, Н.А.Лызь, И.С.Якиманская, Ю.К.Бабанский, М.С.Каган, А.Н.Леонтьев, Г.И.Щукина).

Теоретическую основу исследования составляют:

- теория социализации и социальной адаптации личности (В.Г.Бочарова, А.В.Волохов, А.В.Мудрик, М.И.Рожков, В.А.Сластенин и др.);

- теория профессионального развития специалиста (Э.Ф.Зеер, В.В.Кондратьев, Е.А.Корчагин, Л.М.Митина, Г.В.Мухаметзянова, П.Н.Осипов, А.И.Фукин и др.);

- теория организационной и корпоративной культуры (А.Н.Асаул, Д.Л.Гибсон, А.Н.Занковский, О.А.Родин, Л.Смирнич, В.А.Спивак, К.Камерон, Э.А.Капитонов, Дж. Котер, Э.Шейн и др.);

- теория педагогического проектирования (В.С.Безрукова, Л.И.Гурье, В.И.Загвязинский, В.Г.Иванов, И.А.Колесникова).

- теория мотивации личности к групповому взаимодействию (В.К.Вилюнас, О.С.Гребенюк, Г.И.Ибрагимов, Е.П.Ильин, В.Г.Леонтьев,

Д.Макклелланд, А.К.Маркова, А.Маслоу, Х.Хекхаузен, П.М.Якобсон).

Методы исследования:

- *теоретические*: анализ отечественной и зарубежной литературы, диссертационных исследований, нормативных документов и материалов правительства Российской Федерации, Республики Татарстан, муниципальных органов власти по проблеме исследования;

- *эмпирические*: наблюдение за деятельностью студентов, педагогов и сотрудников, анализ вузовской документации (планов воспитательного отдела, студенческого совета, работы кураторов); анализ результатов учебной, научно-практической, внеучебной деятельности студентов; опросы (тестирование, анкетирование, интервью, беседы с руководителями предприятий); метод экспертной оценки.

- *статистические* методы обработки данных и экспериментальной проверки гипотезы.

Экспериментальной базой исследования служил Зеленодольский институт машиностроения и информационных технологий (филиал) КГТУ им. А.Н. Туполева. В экспериментальной работе в роли социальных партнёров участвовало 6 градообразующих промышленных предприятий, 4 коммерческие фирмы, 11 образовательных учреждений, 5 организаций культуры, здравоохранения, спорта, две общественные организации.

На различных этапах исследованием охвачено 430 студентов, 36 преподавателей, 10 руководителей и 96 ведущих специалистов промышленных предприятий.

Исследование осуществлялось в три этапа.

На первом этапе (2003-2004 гг.) изучалась научная, методическая литература и нормативные документы по проблеме исследования, а также опыт работы вузов с предприятиями и учреждениями по формированию корпоративной культуры будущих специалистов; определялся научный аппарат исследования; выявлялся исходный уровень сформированности корпоративной культуры будущих инженеров; разрабатывалась программа формирующего эксперимента.

На втором этапе (2005-2009 гг.) на основе анализа литературы и практики были выявлены компоненты корпоративной культуры будущих инженеров; определен комплекс организационно-педагогических условий; проведен формирующий эксперимент; определены уровни, показатели и критерии корпоративной культуры будущих инженеров; выявлены наиболее эффективные методы, формы и средства формирования корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства.

На третьем этапе (2009-2010 гг.) подведены итоги экспериментальной работы; осуществлен анализ, обобщение и систематизация полученных результатов; уточнены выводы и оформлены результаты исследования в виде кандидатской диссертации.

Научная новизна исследования:

1. Разработана организационно-управленческая модель социального партнёрства инженерного вуза на муниципальном уровне.

2. Разработана структурно-содержательная модель формирования корпоративной культуры будущего инженера средствами социального партнёрства, реализация которой обеспечивается системностью, целенаправленностью и долгосрочностью взаимодействия вуза и социальных партнёров по формированию корпоративной культуры будущих инженеров.

3. Выявлены организационно-педагогические условия формирования корпоративной культуры будущего инженера средствами социального партнёрства: 1) наличие в вузе корпоративной среды и построение образовательного процесса с учетом требований работодателей к уровню сформированности корпоративной культуры; 2) разработка локальной нормативной базы социального партнёрства, согласованных проектов, программ, комплексных планов совместной деятельности вуза, предприятий и других субъектов социального партнёрства; 3) стимулирование мотивации формирования корпоративной культуры будущих инженеров как одного из основополагающих профессионально-личностных качеств; 4) систематический мониторинг сформированности корпоративной культуры будущих инженеров и учёт его результатов в учебно-воспитательном процессе.

4. Определены критерии сформированности компонентов корпоративной культуры будущего инженера (когнитивный, мотивационно-аксиологический, коммуникативно-деятельностный, регулятивный и рефлексивный) и показатели, которые позволяют адекватно оценить уровень корпоративной культуры будущих инженеров.

Теоретическая значимость исследования:

1. Уточнено содержание понятия «корпоративная культура будущего инженера», рассматриваемое нами как интегративное профессионально-личностное образование, включающее совокупность взаимосвязанных качеств личности, а также систему знаний и умений, корпоративных ценностей и норм поведения, обеспечивающих высокую результативность и успешную адаптацию студента к меняющимся условиям профессиональной деятельности на современном производстве.

2. Выявлены различия между понятиями «корпоративная культура» и «профессиональная культура» по субъекту, целям, ценностям, подходам к формированию и функциям культуры.

3. Определена структура корпоративной культуры будущего инженера, включающая когнитивный, мотивационно-аксиологический, коммуникативно-деятельностный, регулятивный, рефлексивный компоненты.

3. Систематизированы представления о социальном партнёрстве в профессиональном образовании и его роли в формировании корпоративной культуры будущего инженера.

Результаты исследования расширяют теоретические представления педагогики о возможностях социального партнёрства в формировании корпоративной культуры будущих инженеров.

Практическая значимость исследования заключается в разработке локальной нормативной базы социального партнёрства, включающей: договоры вуза с предприятиями, организациями, образовательными учреждения-

ми; положения о создании Попечительского совета, проведении профессиональных конкурсов; ежегодные соглашения с базовыми предприятиями о целевом наборе студентов, а также проекта «Организация социально-культурного партнёрства как условие формирования корпоративной культуры будущих специалистов».

Выводы и основные научные положения исследования, его эмпирический материал могут быть использованы руководителями муниципальных образований, предприятий различных форм собственности, высших учебных заведений, общественных организаций для оптимизации процесса подготовки профессиональных кадров для современного российского производства.

Достоверность и обоснованность научных результатов обеспечиваются системным и целостным подходом к изучению проблемы, широким кругом использованных источников, адекватностью выбранных методов исследования (основным из которых стал педагогический эксперимент) его логике и задачам, широким охватом обследуемых; длительным характером экспериментальной работы и непосредственным участием автора в ней, статистической обработкой и анализом полученных результатов.

Апробация результатов исследования. Ход и результаты исследования на различных его этапах докладывались и обсуждались на заседаниях кафедр педагогики и методики высшего профессионального образования КГТУ, естественнонаучных, гуманитарных дисциплин и совета ЗИМИИТ (филиала) КГТУ им. А.Н. Туполева, международных, Всероссийских и республиканских научно-практических конференциях (см. публикации автора).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Высокая динамика развития современного производства требует от системы высшего профессионального образования подготовки инженеров, владеющих основами корпоративной культуры отрасли. В этой связи особо значимой выступает организация социального партнёрства как продуктивное взаимодействие всех участвующих на рынке образовательных услуг и труда субъектов, заинтересованных в качественной подготовке конкурентоспособных специалистов, успешно осуществляющих свою профессиональную деятельность в условиях современного производства. Взаимодействие социальных партнёров в рамках организационно-управленческой модели социального партнёрства основывается на взаимной толерантности, сотрудничестве, добровольности и взаимной ответственности, доверии и уважении между взаимодействующими сторонами, равноправии и информационной открытости, добросовестности выполнения принятых на себя обязательств.

2. Структурно-содержательная модель формирования корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства, представленная в исследовании, интегрирует цель, подходы, принципы, организационно-педагогические условия, содержание, средства, методы и формы, компоненты, критерии, предполагаемый результат. Модель включает в себя взаимосвязанные и взаимозависимые блоки: целевой, блок условий, содержательно-процессуальный и результативно-оценочный.

3. Реализация структурно-содержательной модели формирования корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства эффективна при следующих организационно-педагогических условиях: 1) формирование в вузе корпоративной среды и построение образовательного процесса на основе учёта требований работодателей к уровню сформированности корпоративной культуры; 2) разработка локальной нормативной базы социального партнёрства, создание согласованных проектов, программ, комплексных планов совместной деятельности вуза, предприятия и других субъектов социального партнёрства; 3) стимулирование мотивации формирования корпоративной культуры будущих инженеров как одного из определяющих профессионально-личностных качеств; 4) систематический мониторинг сформированности у студентов корпоративной культуры и учёт его результатов в учебно-воспитательном процессе.

4. Основными критериями сформированности корпоративной культуры будущих инженеров являются: когнитивный (степень овладения теоретическими знаниями о корпоративной культуре в сфере будущей трудовой деятельности); мотивационно-аксиологический (степень сформированности ценностных ориентаций у будущих инженеров); коммуникативно-деятельностный (степень сформированности умений и навыков межличностного, группового и командного взаимодействия, этики общения); регулятивный (степень сформированности навыков регуляции и саморегуляции поведения); рефлексивный (степень готовности проводить анализ собственного уровня корпоративной культуры).

Структура диссертации. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, насчитывающего 202 источника и 8 приложений. Работа изложена на 222 страницах, содержит 15 таблиц и 16 рисунков.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во *введении* обосновывается актуальность темы исследования, определяются его объект, предмет, цель, гипотеза и задачи; характеризуются методологические и теоретические основы и база исследования, раскрывается его научная новизна, теоретическая и практическая значимость; выделяются этапы и методы исследования; формулируются основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе *«Теоретико-методологические основы формирования корпоративной культуры будущего инженера в условиях социального партнёрства»* проанализированы теоретические представления о феномене «корпоративная культура», выявлены отличия профессиональной культуры от корпоративной культуры. Уточнено содержание понятия «корпоративная культура будущего инженера», представлена структура, критерии и уровни корпоративной культуры будущих инженеров. Определена роль социального партнёрства в формировании корпоративной культуры будущих инженеров.

В отечественной и зарубежной науке в настоящее время не сформировалось общепринятой концепции корпоративной культуры, существует тер-

минологическая путаница в определении понятий «организационная культура» и «корпоративная культура». Соотношение этих двух понятий в нашем исследовании рассматривается как самостоятельные концепты, которые различаются по следующим характеристикам: степень развития культур; способ возникновения и уровень регулирования этих культур; средства, используемые для регулирования жизнедеятельности коллектива.

Корпоративная культура рассматривается нами как единое, сложное, многогранное явление, включающее ценности, нормы, установки, стандарты поведения, традиции, взаимоотношения. Следовательно, корпоративная культура организации – это совокупность разделяемых членами организации общих ценностных ориентаций, формальных и неформальных правил поведения, норм, отношений и традиций, что делает организацию индивидуальной и неповторимой.

Теоретический анализ педагогических исследований позволяет нам рассматривать понятие «корпоративная культура будущего инженера» как сложное профессионально-личностное образование, включающее:

- комплекс взаимосвязанных потребностей и интересов студентов, их ценностно-целевые ориентации, направленные на позитивное отношение к своей будущей профессии, саморазвитие и самосовершенствование в этой сфере;
- объем и качество усвоенных знаний с целью достижения высоких результатов в период профессиональной деятельности;
- сформированность профессиональных и творческих умений, навыков, обеспечивающих безболезненную адаптацию к корпоративной системе управления и производству;
- совокупность профессионально-важных качеств студента, необходимых для успешного вхождения в профессиональную среду;
- способность личности осуществлять анализ, самоанализ и оценку достигнутого уровня своей компетентности в области профессиональной деятельности.

Корпоративная культура – неотъемлемый компонент профессиональной культуры специалиста. Стержнем, объединяющим корпоративную и профессиональную культуры, являются нравственные нормы и ценности. В свою очередь, мы разграничиваем эти понятия по субъекту, целям, ценностям, подходам к формированию и функциям культур.

На основе проведенного анализа отечественных исследований (Ж.Б.Суртаевой, И. С. Халитовой, Н.С. Швайкиной и др.) в структуре понятия «корпоративная культура будущего инженера» выделяем следующие взаимосвязанные компоненты: когнитивный, мотивационно-аксиологический, коммуникативно-деятельностный, регулятивный и рефлексивный.

Формирование *когнитивного компонента* согласуется с освоением теоретических знаний об основах корпоративной культуры инженера: ценности, нормы поведения, идеалы, традиции, этика отношений.

Мотивационно-аксиологический компонент включает цели, установки, интересы, мотивы, идеалы и ценностные ориентации. Выработка положительной мотивации к проявлению корпоративных ценностей (мотив сопричастности, мотив достижения успеха, мотив профессиональной самореализации). Формирование и осознание значимости нравственно-этических ценностей, ценностного отношения к члену коллектива, профессии.

Коммуникативно-деятельностный компонент проявляется в готовности студента к активному включению в субъект-субъектные отношения в процессе профессиональной деятельности, толерантности, эмпатии. Он включает также владение умениями и навыками коллективного продуктивного взаимодействия в производственной деятельности, деловой этики общения, способами и приемами управленческой деятельности.

Регулятивный компонент представляет эмоционально-волевую регуляцию поведения студента в условиях профессиональной деятельности: коррекция собственного поведения в соответствии с нормами и правилами корпоративной этики, умение определять свою стратегию поведения и владеть собой.

Рефлексивный компонент предполагает самооценку профессиональной готовности и соответствие её оптимальным образцам организации, осмысление как личностного, так и профессионального развития, собственного уровня корпоративной культуры, мотивационно-ценностной сферы и стандартов поведения.

Таким образом, корпоративная культура будущего инженера – это интегративное профессионально-личностное образование, включающее совокупность взаимосвязанных качеств личности, систему знаний и умений, а также корпоративных ценностей, правил и норм поведения, обеспечивающих высокую результативность и успешную адаптацию студента к меняющимся условиям профессиональной деятельности на современном производстве.

Для правильного понимания и адекватного рассмотрения сущности корпоративной культуры будущего инженера и её уровневой характеристики на основе анализа результатов ранее выполненных социально-психологических, педагогических исследований, собственной практики и опроса руководителей предприятий нами выделены критерии и показатели, по которым можно судить об уровне сформированности корпоративной культуры будущего инженера как интегративного профессионально-личностного образования.

Когнитивный критерий определяет уровень владения знаниями о корпоративной культуре в сфере будущей профессиональной деятельности и степень их соответствия требованиям, предъявляемым социальными партнерами. *Мотивационно-аксиологический* выявляет степень сформированности ценностных ориентаций у будущих инженеров. *Коммуникативно-деятельностный* оценивает уровень сформированности умений и навыков межличностного, группового и командного взаимодействия, этики общения. *Регулятивный критерий* отражает степень сформированности навыков регуляции и саморегуляции поведения у студентов. *Рефлексивный* отображает

степень готовности студентов проводить анализ собственного уровня корпоративной культуры.

С целью определения уровня сформированности корпоративной культуры на первоначальном этапе нами было проведено исследование 326 студентов инженерных специальностей КГТУ им. А.Н. Туполева и его Зеленодольского и Волжского филиалов. Оказалось, что лишь немногие из них (4%) имели высокий уровень корпоративной культуры. Большая часть студентов имела нулевой (21%) и низкий (40%) уровни. Результаты сравнения оценок уровня сформированности различных компонентов корпоративной культуры будущих инженеров также показывали их незначительное расхождение у студентов разных курсов, что свидетельствовало об отсутствии целенаправленной и научно обоснованной системы работы в данном направлении.

Корпоративная культура инженера как носителя корпоративной культуры организации формируется в условиях профессиональной деятельности, однако заложить основы корпоративной культуры необходимо в период обучения в вузе при непосредственном участии социальных партнёров в процессе подготовки будущих специалистов. В этой связи особо значимой выступает организация социального партнёрства как продуктивное взаимодействие всех участвующих на рынке образовательных услуг субъектов, заинтересованных в качественной подготовке конкурентоспособных специалистов, успешно осуществляющих свою деятельность в условиях современного производства.

Приблизить студента к реальному производству и корпоративной культуре организации возможно только при активном и системном взаимодействии всех субъектов социального партнёрства, особенно вуза и предприятий региона. Роль партнёрского взаимодействия заключается: в сокращении сроков адаптации к сфере профессиональной деятельности; формировании у студентов чувства сопричастности к коллективу, отрасли, стране, чувства общности и принадлежности к профессиональным ценностям; вовлеченности в дела организации; совместной ответственности за её результаты; повышении уровня общей и производственной культуры, этики общения; развитии навыков коллективной деятельности и умений работать в команде; стремлении стать носителями положительной модели поведения на примере лучших образцов поведения ведущих специалистов производства; формировании корпоративного духа и нравственных ценностных ориентаций у молодёжи.

Кроме того, нами обнаружены противоречия между необходимостью формирования корпоративной культуры у выпускников технического вуза и отсутствием системы, механизмов социального партнёрства, способствующих формированию данной культуры у будущих инженеров.

Во второй главе *«Опытно-экспериментальная работа по формированию корпоративной культуры будущего инженера средствами социального партнёрства»* обосновывается структурно-содержательная модель формирования корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства; рассматриваются организационно-педагогические условия, обеспечивающие формирование корпоративной культуры средствами соци-

ального партнёрства; анализируются результаты опытно-экспериментальной работы по проверке эффективности предложенных условий.

Структурно-содержательная модель формирования корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства выстроена на основе системного, средово-пространственного, аксиологического, компетентностного, личностно-деятельностного подходов. Она интегрирует цель, принципы, организационно-педагогические условия, средства, методы, формы, а также результат, включающий компоненты, критерии и уровни сформированности корпоративной культуры будущих инженеров (рис.1).



Рис.1. Структурно-содержательная модель формирования корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства

Структурно-содержательная модель включает в себя взаимосвязанные и взаимозависимые блоки: целевой, блок условий, содержательно-процессуальный и результативно-оценочный.

Целевой блок модели представлен целью, достижение которой требует реализации следующих задач: формирование у будущих инженеров теоретических знаний о корпоративной культуре, готовность применять эти знания в профессиональной деятельности; формирование основополагающих профессиональных ценностей и осознание студентами значимости корпоративных ценностных ориентаций, влияющих на нравственный облик будущего инженера; формирование осознанного соблюдения норм и правил поведения, стандартов трудовой деятельности в соответствии с требованиями корпоративной этики; формирование у будущих инженеров готовности и способности адекватно адаптироваться к условиям профессиональной деятельности; формирование способности к самоанализу и самооценке уровня корпоративной культуры.

Следующий блок – блок организационно-педагогических условий, который обеспечивает формирование корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства: 1) формирование в вузе корпоративной среды и построение образовательного процесса на основе учёта требований работодателей к уровню сформированности корпоративной культуры; 2) разработка локальной нормативной базы социального партнёрства, согласованных проектов, программ, комплексных планов совместной деятельности вуза, предприятия и других субъектов социального партнёрства; 3) стимулирование мотивации формирования корпоративной культуры будущих инженеров как одного из основополагающих профессионально-личностных качеств; 4) систематический мониторинг сформированности корпоративной культуры у будущих инженеров и учёт его результатов в учебно-воспитательном процессе.

Содержательно-процессуальный блок представлен в модели единством содержания учебной, научно-практической и внеучебной деятельности студентов технического вуза и является основной частью содержания образовательного процесса, организация которого осуществляется при активном сотрудничестве научно-методической службы, воспитательного отдела ЗИМИИТ (филиала) КГТУ им. А.Н.Туполева и социальных партнёров (предприятия города, коммерческие организации, органы по трудоустройству и службе занятости населения, образовательные учреждения).

Результативно-оценочный блок модели обеспечивает возможность определения уровня сформированности корпоративной культуры будущих инженеров.

Формирование корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства предусматривает управление процессом взаимодействия вуза и социальных партнёров, поэтому в процессе исследования выявлены и обоснованы организационно-педагогические условия, способствующие этому.

Первое условие: *формирование в вузе корпоративной среды и построение образовательного процесса на основе учёта требований работодателей к уровню сформированности корпоративной культуры*. Под корпоративной средой вуза в исследовании подразумевается совокупность образовательно-воспитательных, культурно-нравственных, информационных, материальных условий и наиболее важных ценностей, норм, отношений, традиций, подкреплённых комплексом мер организационного, методического, психологического характера, обеспечивающих формирование единой корпоративной культуры в вузе и направленных на профессиональное и личностное развитие будущего специалиста.

Корпоративная среда вуза обеспечивает не только высокий статус студента, но и способствует формированию позитивного настроения на будущую профессиональную деятельность. Поэтому важным компонентом в развитии корпоративной среды вуза выступает включение в её функционирование не только преподавателей и студентов вуза, но и ведущих специалистов предприятий (организаций, учреждений, фирм), владеющих несущими «фирменный стиль» методиками и «ноу-хау». Работники базовых предприятий, занимающиеся преподаванием специальных дисциплин, руководством производственных практик, а также курсовых и дипломных проектов являются реальными носителями ценностей корпоративной культуры, на которые ориентируются студенты.

Второе условие касается необходимости *разработки локальной нормативной базы социального партнёрства, согласованных проектов, программ, комплексных планов совместной деятельности вуза, предприятий и других субъектов социального партнёрства*. Они играют исключительно важную роль как инструменты правового регулирования социального партнёрства. Эффективность сотрудничества вуза с социальными партнёрами осуществляется на основе следующих документов:

1. Трёхсторонних соглашений между муниципальной властью, вузом и работодателями по обеспечению рынка труда кадрами специалистов в необходимых объемах и качестве подготовки.

2. Двусторонних соглашений между вузом и работодателями: договор по подготовке и переподготовке кадров по целевым заказам работодателей; договор на проведение различных видов практик, стажировок студентов или преподавателей на предприятиях; договор о совместном использовании материальных и интеллектуальных ресурсов вузов и предприятий-работодателей; договор на проведение хозяйственно-договорной работы в области научных исследований по заказам предприятий.

3. Соглашений о сотрудничестве между вузом и образовательными учреждениями (по вопросам профориентации среди учащихся), вузом и органами по трудоустройству и службе занятости (о трудоустройстве выпускников).

Разработка и совершенствование локальной нормативной базы (Положение о Попечительском совете, Корпоративный кодекс вуза и другие) регламентирует не только взаимоотношения внутри учебного заведения, но и внешние отношения с предприятиями, образовательными и научными учреж-

дениями, общественными организациями, государственными и коммерческими структурами, становясь регулятором сотрудничества всех субъектов образовательного процесса.

Выделение третьего условия – *стимулирование мотивации формирования корпоративной культуры будущих инженеров как одного из основополагающих профессионально-личностных качеств* – продиктовано отсутствием понимания студентами значимости формирования корпоративной культуры как одного из главных условий успеха выпускников в профессиональной деятельности после окончания вуза. Установлено, что мотивация формирования корпоративной культуры студента усиливается его включением в проектную деятельность в условиях реального производства. Совместное участие студентов, преподавателей и ведущих специалистов в разработке курсовых и дипломных проектов по заказу предприятий формирует у студентов не только чувство уверенности в себе, самостоятельности, профессиональной ответственности, но и чувство «Мы» на основе единства целей, интересов и представлений, что свидетельствует об упрочнении корпоративной культуры будущего инженера.

Стимулированию мотивации формирования корпоративной культуры студентов способствуют также и традиции: корпоративные мероприятия, церемонии, ритуалы. Не все корпоративные традиции могут быть направлены на решение главной задачи – профессиональную подготовку будущих инженеров, поэтому возникает необходимость проектировать в вузе совместно с социальными партнерами те традиции, содержание которых основано на профессионально значимых ценностях, отражает специфику конкретного вуза, соответствует задачам профессиональной подготовки и требованиям работодателей-партнёров.

Четвертое условие – *систематический мониторинг сформированности корпоративной культуры будущих инженеров и учёт его результатов в учебно-воспитательном процессе*. Его выдвижение вызвано необходимостью развития способностей самоанализа и самооценки будущих инженеров, показателем может выступать диагностика сформированности корпоративной культуры.

Эффективность структурно-содержательной модели и организационно-педагогических условий её реализации проверялась в процессе длительной опытно-экспериментальной работы (2003-2010 гг.), проводимой на базе Зеленодольского института машиностроения и информационных технологий (филиала) КГТУ им. А.Н.Туполева, которая проводилась в два этапа (констатирующий и формирующий). В целях получения достоверных результатов в экспериментальном исследовании участвовали все студенты очной формы обучения 1 курса по специальности «Технология машиностроения». Всех студентов произвольно подразделили на две группы – контрольную (52 человека) и экспериментальную (52 человека).

Оценка уровня теоретических знаний студентов в области корпоративной культуры в ЭГ и КГ на констатирующем и формирующем этапах проводилась с помощью анкеты. Анализ анкетирования показал, что для большей части сту-

дентов ЭГ (42,4%) и КГ (40,4%) на констатирующем этапе корпоративная культура для профессиональной деятельности мало значима. Студенты обеих групп имели недостаточное представление о том, что такое корпоративная культура организации, из каких компонентов она формируется, выделяли в своих ответах в основном «корпоративные мероприятия» (82,7% ЭГ и 88,4% КГ). На вопрос: «Знакомы ли Вас в процессе обучения с элементами корпоративной культуры?» – 63,4% студентов ЭГ и КГ ответили «иногда», 19,2% – «нет» и лишь 17,4% – «да». Ответы указали на необходимость модернизации содержания рабочих программ гуманитарных и социально-экономических дисциплин с целью повышения уровня теоретических знаний студентов о корпоративной культуре.

Результаты анкетирования на формирующем этапе показали, что большая часть студентов ЭГ (82,7%) и КГ (61,6%) понимают значимость корпоративной культуры для будущей профессиональной деятельности. Пятикурсники дали более глубокие ответы на вопросы анкеты по сравнению с тем, что они давали на первом курсе. Данный факт указывает на качество проведённой в данном направлении работы.

С целью выявления структуры ценностных ориентаций в ЭГ и КГ проводился мониторинг ценностных ориентаций по методике В.Ф. Сопова и Л.В. Карпушиной. Диагностика ЭГ и КГ будущих инженеров на констатирующем этапе показала, что подавляющее большинство студентов определили на первое место такую ценность, как «материальное благополучие» (48,1%), на второе – «достижения» (36,5%); на третье – «сохранение собственной индивидуальности» (34,7%). Низок процент тех студентов, которые выбрали «креативность» (21,2% ЭГ и КГ) и «развитие себя» (23% ЭГ и 25% КГ) в качестве жизненной ценности.

Сравнение результатов исходного и завершающего этапов диагностики позволяет констатировать, что в процессе опытно-экспериментальной работы структура ценностных ориентаций студентов 5 курса изменилась, особенно в ЭГ: повысились ранги таких ценностей, как «активные социальные контакты» (75 % ЭГ и 59,6% КГ), «собственный престиж» (53,9% ЭГ и 48,1% КГ), «достижения» (55,8% ЭГ и 44,2% КГ), «духовное удовлетворение» (48,1% ЭГ и 42,4% КГ).

Сравнение результатов значимости жизненных сфер как источника реализации ценностей на двух этапах показало, что наиболее значимыми для большинства студентов 1 курса оказались сфера «профессиональная жизнь» (32,7% ЭГ и КГ) и «образование» (32,7% ЭГ и КГ), на 5-ом же курсе кроме сферы «профессиональная жизнь» (69,3% ЭГ и 53,9% КГ) студенты отдали предпочтение и сфере «общественная жизнь» (51,9% ЭГ и 50% КГ). Такие результаты свидетельствуют о перспективах видения студентами собственного профессионального развития за счёт налаживания благоприятных межличностных отношений и связей с будущими коллегами в период прохождения практики на производстве, завоевание своего признания путём следования определенным требованиям и нормам поведения и участия в различных корпоративных производственных мероприятиях.

Результаты опытно-экспериментальной работы свидетельствуют, что условия, созданные для ЭГ, повлияли на уровень сформированности навыков и умений коллективного взаимодействия в команде, подтверждением являются результаты мониторинга сплочённости группы по тесту С.Р. Немова «Социально-психологическая самооаттестация группы как коллектива». В экспериментальной и контрольной группах исследовались 7 видов отношений: ответственность, коллективизм, сплоченность, контактность, открытость, организованность, информированность. За время эксперимента наблюдалась положительная тенденция динамики всех 7 показателей у студентов КГ и ЭГ. Результаты подтверждают, что студенты обеих групп обладают навыками и умениями коллективного взаимодействия в команде. Однако сравнение результатов, полученных на формирующем этапе, показало, что студенты ЭГ соответствуют высокому уровню развития группы как коллектива (4,02), а КГ – только среднему уровню (3,77). Будущие инженеры ЭГ оказались более способными к принятию коллективных решений, готовыми работать вместе на общий результат, добиваться оптимальной совместимости и сработанности, заменять друг друга в групповых делах. Такое различие очевидно, поскольку для студентов ЭГ были созданы организационно-педагогические условия, стимулирующие формирование и развитие корпоративной культуры.

Оценка компонентов корпоративной культуры будущих инженеров на констатирующем и формирующем этапах осуществлялась с помощью анкеты, которая состояла из пяти блоков и включала 49 показателей, составляющих корпоративную культуру. Студенты определяли степень выраженности у себя каждого из показателей по 10-балльной системе.

Сравнительно-сопоставительный анализ результатов диагностики уровня корпоративной культуры будущих инженеров показал: в КГ и ЭГ выпускного курса снизилось количество студентов с нулевым и низким уровнями корпоративной культуры, и увеличилось со средним и высоким уровнями в ЭГ, по сравнению с КГ, что отражено на рис. 2.

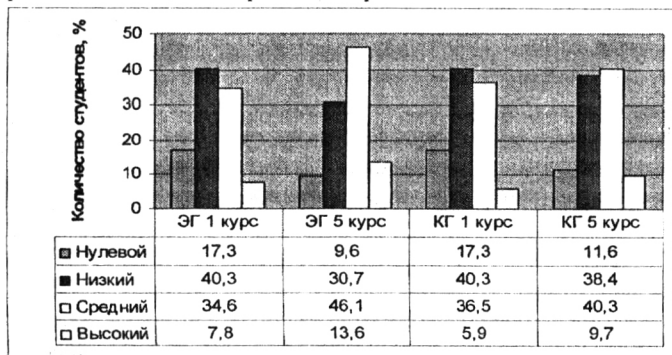


Рис. 2. Сравнительно-сопоставительный анализ диагностики корпоративной культуры будущих инженеров

Результаты проведённого эксперимента позволяют констатировать, что наблюдается положительная динамика изменений по всем компонентам корпоративной культуры будущих инженеров контрольной и экспериментальной групп (табл. 1).

Таблица 1

Среднестатистические показатели компонентов корпоративной культуры будущих инженеров

Компоненты	Средние значения (балл)			
	ЭГ		КГ	
	1 курс	5 курс	1 курс	5 курс
Когнитивный	5,30	7,59	5,23	6,34
Мотивационно-аксиологический	5,19	6,01	5,15	5,75
Коммуникативно-деятельностный	5,62	7,58	5,55	6,24
Регулятивный	4,64	5,77	4,64	4,74
Рефлексивный	4,06	5,18	4,02	4,46
Средний показатель	5,05	6,76	4,93	5,16

Наибольшая величина приращений отмечается по когнитивному и коммуникативно-деятельностному компонентам корпоративной культуры будущих инженеров на формирующем этапе, особенно в ЭГ.

Росту уровня когнитивного компонента корпоративной культуры будущих инженеров экспериментальной группы способствовало не только изучение гуманитарных и социально-экономических дисциплин, но и прочитанный цикл лекций «Корпоративная культура предприятия» ведущими специалистами базовых предприятий, а также непосредственное знакомство с корпоративной культурой организации при прохождении практики на производстве с временным зачислением студентов ЭГ на те или иные должности.

Наиболее эффективными формами, обеспечивающими рост коммуникативно-деятельностного критерия в научно-практической деятельности является привлечение студентов к участию в конкурсах профессионального мастерства, разработке творческих проектов и дипломных комплексных проектов по реальным производственным проблемам предприятия, а во внеучебной деятельности – участие студентов в корпоративных заводских, городских и вузовских мероприятиях.

Результаты контрольной и экспериментальной групп сравнивались с помощью Z-критерия с использованием таблицы значений функции А. Лапласа. Сравнение выявило достоверные различия между контрольной и экспериментальной группами. Надёжность полученного результата подтверждена применением критерия Фишера.

На выпуске уровень корпоративной культуры студентов в экспериментальной и контрольной группах оценивался руководителями подразделений предприятий и преддипломной практики с помощью анкеты, используемой на констатирующем этапе (табл. 2).

Таблица 2

**Среднестатистические экспертные оценки выраженности
компонентов корпоративной культуры будущих инженеров по-
сле преддипломной практики**

Название компонентов	Средние значения (балл)					
	Экспериментальная группа			Контрольная группа		
	само- оценка	оценка препо- давате- ля	оценка руково- дителя пред- приятия	само- оценка	оценка препо- давате- ля	оценка руково- дителя пред- приятия
Когнитивный	7,68	7,47	7,48	6,34	6,23	6,28
Мотивационно- аксиологический	6,20	5,98	5,96	5,75	5,65	5,56
Коммуникативно- деятельностный	7,84	7,84	7,62	6,24	6,22	6,18
Регулятивный	5,90	5,88	5,62	4,24	4,0	3,8
Рефлексивный	5,80	5,78	5,20	4,16	4,0	3,8
Средний показатель	6,68	6,59	6,47	5,18	5,16	5,12

Проведённый анализ экспертных оценок на формирующем этапе показал объективность результатов сформированности каждого из компонентов корпоративной культуры будущих инженеров ЭГ и КГ, обучающихся по специальности «Технология машиностроения».

В процессе опытно-экспериментальной работы была сформирована эффективная система социального партнёрства: увеличился количественный состав партнёров-работодателей; создан Попечительский совет; заключены договоры, предусматривающие основные области сотрудничества и направленные на формирование корпоративной культуры будущих инженеров, детализацию и конкретизацию которых осуществляли путём разработки ежегодных планов и программ совместной деятельности; внедрён проект «Организация социально-культурного партнёрства как условие формирования корпоративной культуры будущих специалистов», который открывает дополнительные ресурсы, оптимизирует педагогические условия качественной подготовки будущих инженеров к профессиональной деятельности, повышает уровень адаптации выпускников вуза к корпоративной культуре сферы профессиональной деятельности.

В исследовании выявлено, что корпоративная культура будущих инженеров формируется в созданной корпоративной среде, способствующей формированию позитивного настроения на будущую профессиональную деятельность через осознанное включение студентов в учебную, научно-практическую и внеучебную деятельность.

С целью формирования у студентов умений и навыков работы в команде преподаватели в учебном процессе, наряду с традиционными формами и методами обучения, в рамках учебного плана используют активные формы и методы группового обучения (деловая игра, анализ конкретных ситуаций, мозговой штурм, ролевая игра, case-study, дискуссии).

Наиболее важными средствами в научно-практической деятельности, обеспечивающими формирование корпоративной культуры являются: конкурсы профессионального мастерства («Лучший специалист-пользователь систем Unigraphics и AutoCAD»), участие студентов в заводских молодёжных научно-практических конференциях («Роль молодежи в улучшении качества продукции» и др.), работа будущих специалистов над творческими проектами, выполнение комплексных инновационных проектов по заказу предприятий.

Установлено, что приоритетными формами и методами работы со студентами во внеучебной деятельности являются:

- производственные экскурсии и встречи с руководителями предприятий и их командой в виде тематических «круглых столов» («Профессиональное становление личности будущего выпускника в рамках социального партнёрства», «Корпоративная культура студента – залог успеха будущего специалиста» и др.);
- молодежные слёты и форумы студенческой и рабочей молодёжи («Будущий резерв предприятия»);
- корпоративные производственные мероприятия («День завода», «День заводских династий», «Праздник второй молодости»);
- творческие заводские конкурсы («Мисс POZIS», «Армейский магазин»);
- социально-значимые корпоративные акции («Чистые окна», «Помоги ветерану», «Лучший двор», «День пожилых людей»);
- воспитательные внутризаводские корпоративные мероприятия («Посвящение в студенты», «Первый полёт», «А вот и мы!»).

Результаты опытно-экспериментальной работы подтверждают эффективность разработанной модели формирования корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства и организационно-педагогических условий её реализации.

В заключении содержатся выводы по результатам исследования.

1. В современных социально-экономических условиях развития общества и подготовки инженерных кадров возрастает значение социального партнёрства как средства формирования корпоративной культуры будущих специалистов, призванных модернизировать российскую экономику.

2. Корпоративная культура будущего инженера – это интегративное профессионально-личностное образование, включающее совокупность взаимосвязанных качеств личности, систему знаний и умений, а также корпоративных ценностей, правил и норм поведения, обеспечивающих высокую ре-

зультативность и успешную адаптацию студента к меняющимся условиям профессиональной деятельности на современном производстве.

3. Структура корпоративной культуры будущих инженеров включает следующие компоненты: когнитивный (теоретические знания о корпоративной культуре инженера); мотивационно-аксиологический (мотивы, профессиональные идеалы, ценностные ориентации); коммуникативно-деятельностный (умения и навыки коллективного взаимодействия и общения в профессионально-корпоративной среде); регулятивный (регуляция собственного поведения в соответствии с нормами и правилами корпоративной этики) и рефлексивный (осмысление собственного уровня корпоративной культуры, мотивационно-ценностной сферы и стандартов поведения).

4. Социальное партнёрство рассматривается как продуктивное взаимодействие всех участвующих на рынке образовательных услуг субъектов, заинтересованных в качественной подготовке конкурентоспособных специалистов, успешно осуществляющих свою деятельность в условиях современного производства. Определены основные субъекты социального партнёрства вуза. К внешним партнёрам относятся: профессиональное сообщество (отечественные предприятия, коммерческие организации, зарубежные компании, ассоциация промышленников); государственно-управленческое сообщество (региональные и муниципальные органы власти, учреждения труда и занятости, социальной и молодёжной политики); образовательное сообщество (учреждения общего и среднего образования, профессионального образования, учреждения ДПО); общественное сообщество (общественные советы, благотворительные фонды, ассоциация выпускников, Попечительские советы, молодёжные объединения). К внутренним – администрация вуза, преподаватели, технический и обслуживающий персонал, студенты.

5. Эффективность развития системы социального партнёрства вуза с социально-экономическими институтами на муниципальном уровне обеспечивается: взаимозаинтересованностью руководителей муниципальных районов и работодателей в развитии партнёрской деятельности; развитием межведомственного взаимодействия субъектов различных уровней; разработанностью локальной нормативной базы социального партнёрства; реализацией принципов прозрачности, системности и долгосрочности отношений социальных партнёров; созданием координирующего совета, объединяющего и направляющего усилия всех сторон; укреплением материально-технической базы филиала вуза при поддержке работодателей; построением образовательного процесса в высшем учебном заведении на основе учёта интересов социальных партнёров.

6. Разработана структурно-содержательная модель формирования корпоративной культуры будущих инженеров в условиях социального партнёрства, состоящая из цели, задач, подходов, принципов, организационно-педагогических условий, содержания, средств, методов и форм, компонентов, критериев и уровней.

7. Реализация модели обеспечивается следующими организационно-педагогическими условиями: формирование в вузе корпоративной среды и

построение образовательного процесса на основе требований работодателей; разработка локальной нормативной базы социального партнёрства, согласованных проектов, программ, комплексных планов совместной деятельности вуза, предприятий и других субъектов социального партнёрства; стимулирование мотивации формирования корпоративной культуры будущих инженеров как одного из основополагающих профессионально-личностных качеств; систематический мониторинг сформированности корпоративной культуры у будущих инженеров и учёт его результатов в учебно-воспитательном процессе.

8. Критериями сформированности корпоративной культуры являются: когнитивный (степень овладения теоретическими знаниями о корпоративной культуре в сфере будущей трудовой деятельности); мотивационно-аксиологический (степень сформированности ценностных ориентаций у будущих инженеров); коммуникативно-деятельностный (степень сформированности умений и навыков межличностного, группового и командного взаимодействия, этики общения); регулятивный (степень сформированности навыков регуляции и саморегуляции поведения); рефлексивный (степень готовности проводить анализ собственного уровня корпоративной культуры).

Основное содержание и выводы диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора:

Статьи в изданиях, рекомендуемых ВАК МО РФ

1. Маршалова, И.Н. Социальное партнёрство как средство формирования корпоративной культуры будущих инженеров / И.Н. Маршалова // Вестник Казанского технологического университета. – 2009. – №6. – С.329-334.

2. Маршалова, И.Н. Формирования корпоративной культуры будущих инженеров средствами социального партнёрства / И.Н. Маршалова // Образование и саморазвитие. – 2010. – №6. – С.125-132.

Статьи в сборниках научных трудов и материалов конференций

3. Маршалова, И.Н. Перспективы развития социального партнёрства: (на примере ЗФ КГТУ им. А.Н. Туполева) / И.Н. Маршалова // Профессиональное образование и производство: проблемы социального партнёрства, профессиональной подготовки и трудоустройство выпускников: Материалы Межрегиональной научно-практической конференции. – Казань, 2007. – С.171-175.

4. Маршалова, И.Н. Корпоративная культура и её влияние на становление будущего инженера / И.Н. Маршалова // Состояние и проблемы профессионального образования: региональный аспект: Материалы межрегиональной научно-практической конференции. – Казань-Зеленодольск, 2008. – С.162-168.

5. Маршалова, И.Н. Корпоративная культура как одно из главных условий качественной профессиональной подготовки будущего инженера / И.Н. Маршалова // Наука и образование: Материалы VII Международной научной конференции. – Белово, 2008. – С.459-461.

6. Маршалова, И.Н. Современные подходы к проблеме формирования корпоративной культуры будущего специалиста технического вуза / И.Н.

Маршалова // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения: Сборник материалов I Всероссийской научно- практической конференции. – Новосибирск, 2008. – С.250-253.

7. Маршалова, И.Н. Условия формирования корпоративной культуры вуза / И.Н. Маршалова // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения: Сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции. – Новосибирск, 2008. – С.277-282.

8. Маршалова, И.Н. Подготовка будущих инженеров в условиях социального партнёрства / И.Н. Маршалова // Современное образование в условиях реформирования: инновации и перспективы: Материалы I Всероссийской научно-практической конференции. – Красноярск, 2009. – С.192-198.

9. Маршалова, И.Н. Производственная практика как средство формирования корпоративной культуры будущего инженера / И.Н. Маршалова // Развитие многоуровневой системы подготовки специалистов в области машиностроения: Материалы Всероссийской научно-практической конференции (г. Зеленодольск, 23 апреля 2009 г.). – Казань, 2009. – С.189-192.

10. Маршалова, И.Н. Корпоративная культура вуза как педагогическая проблема / И.Н. Маршалова // Проблемы многоуровневой подготовки специалистов для региональной экономики: Сборник научных статей. – Казань, 2009. – С.50-58.

11. Маршалова, И.Н. Развитие социального партнёрства Зеленодольского института машиностроения и информационных технологий КГТУ им. А.Н. Туполева с предприятиями города / И.Н. Маршалова // Инновационная образовательная среда как фактор развития учебного заведения: Материалы докладов и выступлений участников Всероссийской научно-практической конференции. – Альметьевск, 2010. – С.65-67.

12. Маршалова, И.Н. Воспитательный потенциал социального партнёрства: Учебно-методическое пособие / Х.Р. Кадырова, И.Н. Маршалова. – Казань: РИЦ «Школа», 2010. – 88 с.

Соискатель
Заказ 370



Маршалова И.Н.
Тираж 100 экз.

Офсетная лаборатория Казанского государственного технологического университета
420015, Казань, ул.К. Маркса, 68

10-2